

MELIHAT DAN MERASAKAN TAMPILAN GRAFIS LAYAR TELEPON SELULAR

Rosa Karnita

ABSTRACT

Nowadays the mobile-phone is an indispensable tool in daily activities. Mobile-phone screen as one of many factors of discussion in a level user interface, the main focus in this study given the display screen as the spearhead of communication between the phone and its users. When a display screen is not able to achieve satisfactory results for its users, it needs to be revisited how to design a graphical display on the screen. The problem is formulated surrounds how much the display phone can influence the user's convenience. How does the concept in order to function and function aesthetics applied to display the phone screen? What is the role of visual communication in designing the layout and communication for the phone user? In addition, the development of Creative Industries in Indonesia are increasing rapidly today should be followed by the ability of creative human resources, so can produce competitive products that can captivate even the national market can penetrate the international market. This topic was raised with the aim of generating concept in order to well-designed as an aesthetic function to a better cell phone screen interface design, through a variety of disciplines related cooperation so as to applied by the local manufacturing industry to compete in their own country. Research methods used include questionnaires and analysis of several case studies phones using visual communications design standpoint. By pulling common thread between the theoretical review and case study, it found that the display mobile-phone screen as a whole (integration between letters, colors, icons, layout, proportion and composition) has been influencing the user's convenience, both directly and indirectly. Aesthetics function and uses function are related with one of the user interface principles which is consistent with the principles of visual communication design.

Keywords: mobile-phone screen, creative industries, aesthetics, Visual Communication Design

ABSTRAK

Dewasa ini telepon selular (ponsel) merupakan alat yang mutlak diperlukan dalam kegiatan sehari-hari. Layar ponsel sebagai salah satu faktor dari sekian bahasan dalam tataran user interface, menjadi sorotan utama dalam kajian ini mengingat tampilan layar sebagai ujung tombak komunikasi antara ponsel dengan penggunanya. Ketika suatu tampilan layar tidak mampu mewujudkan hasil yang memuaskan bagi penggunaannya, perlu ditinjau kembali bagaimana merancang suatu tampilan grafis pada layar ponsel. Permasalahan yang dirumuskan melingkupi seberapa besar pengaruh tampilan layar ponsel terhadap kenyamanan pengguna? Bagaimana konsep fungsi guna dan fungsi estetika diaplikasikan untuk tampilan layar ponsel? Bagaimana peran Desain Komunikasi Visual (DKV) dalam perancangan tata letak dan komunikasi antara ponsel dengan pengguna? Selain itu, perkembangan Industri Kreatif di Indonesia yang meningkat pesat saat ini seyogyanya diikuti oleh kemampuan sumber daya manusia yang kreatif, sehingga dapat menghasilkan produk kompetitif yang dapat menarik hati pasar nasional bahkan dapat menembus pasar internasional. Topik ini diangkat dengan tujuan menghasilkan konsep fungsi guna maupun fungsi estetika untuk suatu rancangan interface layar ponsel yang lebih baik, melalui kerjasama berbagai disiplin ilmu terkait sehingga dapat diaplikasikan oleh industri manufaktur lokal agar dapat bersaing di negara sendiri. Metode penelitian yang digunakan meliputi kuesioner dan analisis studi kasus beberapa ponsel menggunakan sudut pandang perancangan Komunikasi Visual. Dengan menarik benang merah antara tinjauan teoritis dan hasil studi kasus, ditemukan bahwa tampilan layar ponsel secara keseluruhan (integrasi antara huruf, warna, ikon, tata letak, proporsi dan komposisi) sangat mempengaruhi kenyamanan pengguna baik secara langsung maupun tidak langsung. Fungsi guna dan fungsi estetika terkait dengan salah satu prinsip user interface yang selaras dengan prinsip-prinsip perancangan komunikasi visual.

Kata kunci: layar ponsel, industri kreatif, estetika, DKV

1. PENDAHULUAN

Keberadaan telepon selular (ponsel) pada masa kini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Pengguna ponsel tersebar hampir di seluruh pelosok, tua dan muda, merambah seluruh sektor ekonomi atas, menengah dan bawah. Hal ini disebabkan karena teknologi yang diciptakan untuk sebuah ponsel saat ini sudah tersedia mulai dari yang paling sederhana sampai rumit. Ponsel pun tersedia dengan harga yang beragam untuk seluruh kalangan. Fenomena ini telah menyebabkan perubahan budaya berkomunikasi di masyarakat. Bila dahulu berkirim surat dan kartu melalui pos, sekarang cukup tulis pesan singkat dan kirim, dan bisa tiba segera di penerima. Ponselpun telah menjadi barang keseharian layaknya jam tangan, sepatu atau pakaian.

Seiring dengan menjamurnya pengguna ponsel dari berbagai kalangan di Indonesia, dengan diiringi oleh beberapa merk global yang sudah sangat akrab dengan masyarakat (Nokia, SonyEricsson, Samsung, Motorola, Siemens, LG) beberapa tahun terakhir ini mulai bermunculan berbagai merk lokal yang pernah kita dengar yaitu Sanex, Nexian dan setahun terakhir ini yang murni buatan putra bangsa adalah Hi-Tech, selain juga banjir produk dari beberapa merk China dan negara Asia lainnya. Sebetulnya hal ini memberikan peluang bagi industri kreatif di Indonesia, khususnya para pencipta teknologi informasi yang dapat memberikan kontribusi teknologi di bidang telekomunikasiselular ini.

Pembahasan makalah ini difokuskan pada penelitian mengenai persepsi dan apresiasi manusia terhadap penggunaan ponsel, khususnya apresiasi pada penampilan layar yang menjadi ujung tombak komunikasi antara manusia dengan ponselnya. Layar ponsel pun menjadi bagian dari kemasan dan performance ponsel secara keseluruhan yang dapat memberikan impresi positif atau negatif bagi penggunaannya. Melalui penelitian mengenai seberapa jauh tampilan layar ponsel dapat mengambil hati para penggunanya, diharapkan dapat memberikan masukan kepada industri manufaktur lokal agar dapat merancang user interface yang memperhatikan aspek-aspek perancangan komunikasi visual dan estetika sehingga produk yang diciptakan dapat bersaing dengan merk-merk global.

2. USER INTERFACE LAYAR PONSEL

2.1 User Interface

Istilah *user interface* (antarmuka pengguna) telah lebih akrab dalam ilmu ergonomi dan teknologi informasi, namun belum terlalu banyak disinggung dalam ilmu Desain Komunikasi Visual. User interface merupakan bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna (user). Antarmuka pengguna berfungsi untuk menghubungkan antara pengguna dengan sistem operasi, sehingga alat tersebut bisa digunakan. Proses yang terjadi dalam user interface terdiri dari input dan output. Input terkait dengan kegiatan pengguna dalam menjalankan alat. Output terkait dengan kegiatan dari sistem alat tersebut dalam rangka memenuhi permintaan dari pengguna. Ada beberapa istilah terkait dengan user interface dan ponsel yaitu : touch interfaces, yaitu berhubungan dengan tampilan layar. Kemudian ada yang disebut *text user interface*, yaitu interface terkait dengan semua tampilan huruf dan pergerakannya.

2.2 Layar/Display Ponsel yang baik

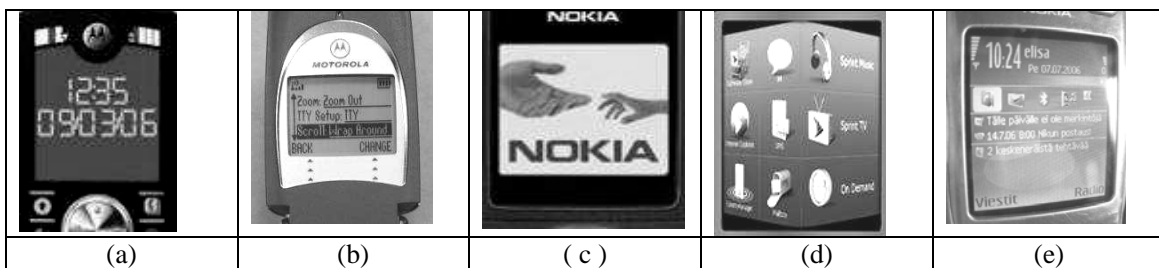
Preston L. Bannister (2005), memberikan beberapa rekomendasi yang diungkapkan untuk membuat user interface sebuah ponsel yang lebih baik terutama pada keypad/controls dan display/screen. Khususnya mengenai display/screen atau yang pada makalah ini disebut sebagai layar ponsel, Bannister mengungkapkan bahwa:

- Layar harus memberikan kontras yang baik dan menggunakan huruf yang jelas.
- Teks yang dibaca tidak boleh bergerak atau berpendar ketika sedang dibaca.
- Semiminal mungkin terdapat gambar (visual) yang berkedip-kedip atau yang menyorot tiba-tiba.
- Sediakan penerangan latar yang cukup memadai.

- Ada pilihan untuk memberikan alternatif perpanjangan waktu untuk back lighting.
- Pengguna dapat memperbesar ukuran huruf bila diperlukan.
- Teks disediakan dalam tampilan huruf besar dan kecil, tidak huruf kapital semua.
- Gunakan angka arab dan bukan angka romawi.
- Pada layar berwarna, kombinasi merah-hijau dan biru-kuning sebaiknya tidak dipilih.
- Sediakan warna dengan intensitas yang berbeda sehingga obyek yang berwarna dapat terlihat dengan jelas pada layar hitam putih.
- Pada ponsel dengan tipe flip/clamshell/lipat, sebaiknya tersedia layar depan/ layar utama yang baik.

2.3 Jenis dan Ukuran Layar Ponsel

Pada hampir sebagian responden yang ditanya mengenai seberapa penting jenis dan ukuran layar ponsel bagi mereka, ditemukan jawaban rata-rata tidak terlalu mementingkan jenis dan ukuran layar. Jawaban tersebut sesuai dengan jenis ponsel yang digunakan. Pengguna ponsel yang hanya mementingkan fungsi sms dan telepon saja pada umumnya menggunakan ponsel dengan jenis layar yang sederhana. Namun berdasarkan hasil secara keseluruhan, mereka ingin layar ponselnya memiliki keindahan tampilan baik dari sisi pengaturan ruang (layout) maupun komposisi warna, bentuk (Gambar) dan tulisan.



Gambar 1. Berbagai tampilan jenis dan ukuran layar ponsel

Ketika membaca spesifikasi berbagai ponsel, terdapat keragaman jenis layar yang diberikan mulai dari jenis teknologi, ukuran layar dan jumlah warna. Misalnya ada jenis CSTN, STN, Oled, SVGA, QVGA, UFB, TFD, TFT dan beberapa istilah lain yang menunjukkan teknologi ketajaman dan kerapatan bentuk yang dihasilkan dalam tampilan layar. Kemudian jumlah warna pada layar yang beragam mulai dari monokrom (tanpa warna), 4096 warna, 65.000 warna, 256 ribu warna dan 16 juta warna dengan berbagai kerapatan yang juga beragam seperti 128x128 pixel dan 320x240 pixel. Semakin banyak jumlah warna dan semakin besar kerapatan pixelnya, maka tampilan layar ponsel akan semakin indah dan enak dipandang. Ukuran layar beragam antara 1” sampai dengan 3”. Besarnya layar pun turut mempengaruhi kenyamanan dan keterbacaan

Beberapa contoh jenis dan ukuran layar ponsel pada Gambar 1 telah mewakili berbagai ukuran, jenis, dan ketajaman layar yang beragam. Ponsel (a), memiliki display hitam putih namun jenis teknologi layarnya sama dengan yang digunakan untuk display kalkulator. Kelebihannya, tulisan akan tetap jelas terbaca walau terkena sinar matahari. Ponsel (b) memiliki layar monochrome dengan cahaya latar hijau, teknologi ini mulai ramai digunakan pada ponsel yang beredar di Indonesia sekitar tahun 1996 dan sampai sekarang masih diproduksi oleh berbagai vendor. Ponsel (c) sudah memiliki kedalaman layar 65.000 warna, dimana sebelum ini, layar berwarna yang pertama kali muncul hanya memiliki kedalaman 4096 warna. Ponsel (d) adalah jenis ponsel berlayar besar seperti PDA dan sudah memiliki kedalaman layar TFT 65.000 warna. Teknologi layar sentuh diberikan pada ponsel/PDAphone yang pada umumnya memiliki layar yang besar namun tidak memiliki keypad. Ponsel (e) telah memiliki layar TFT 256.000.000 warna, sehingga walaupun memiliki layar tidak sebesar layar PDA, ponsel yang memiliki kedalaman layar tersebut tetap jelas dan tajam walaupun memiliki tampilan huruf dan gambar yang lebih kecil.

2.4 Melihat dan Merasakan Tampilan Layar Ponsel

Melihat dan merasakan adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan produk dan bidang-bidang seperti pemasaran, branding dan istilah perdagangan, untuk menguraikan bagaimana pengalaman seseorang ketika menggunakan suatu produk, dan tampilan dari fitur-fitur utamanya sertainterface yang tercipta. Dalam suatu perancangan software, kata melihat (look) meliputi elemenelemen: warna, bentuk, tata letak dan tampilan huruf. Sementara itu merasakan (feel) adalah persepsi yang dihasilkan oleh user ketika terjadi perilaku yang dinamis dan interaktif seperti ketika menekan tombol-tombol, kotak dan menu sehingga terjadi perubahan pada layar ponsel sesuai dengan ekspektasi pengguna. Istilah melihat dan merasakan digunakan juga dalam referensi kedua hal seperti software dan website. Dalam konteks peralatan, melihat dan merasakan menunjukkan konsistensi dalam mengontrol dan tampilan layar sesuai dengan produknya

Pada umumnya, tampilan layar ponsel memiliki 'homepage' atau layar utama dengan standar tampilan yang di dalamnya biasanya terdapat beberapa informasi penting seperti : indikator sinyal, indikator baterai, nama provider, dan menu utama. Informasi yang biasanya juga ditampilkan pada layar utama adalah informasi tanggal dan waktu. Selebihnya biasanya layar dihias oleh wallpaper bila dalam ponsel tersedia fasilitas tersebut.

Produsen ponsel mengeluarkan ponsel dengan berbagai jenis dan ukuran layar tentunya terkaitpula aspek-aspek lain yang melekat pada sebuah ponsel. Riset yang dibuat oleh para produsen memiliki tujuan sesuai dengan keragaman target audiens. Calon konsumen biasanya melakukan berbagai pertimbangan secara menyeluruh terkait dengan keinginan memiliki sebuah ponsel yang ideal. Selain pertimbangan tampilan layar, beberapa hal lain yang dipertimbangkan adalah harga, merk, fitur dan program, bentuk dan ukuran ponsel. Hasil kuesioner menyebutkan pertimbangan utama dalam memilih ponsel adalah : 19% karena merk, 34% karena fitur & program, 20% karena tampilan layar, 18% karena kenyamanan keypad dan navigasi, 9% selebihnya karena pertimbangan lain-lain. Bila dipandang melalui teori gestalt, pada umumnya calon konsumen menginginkan ponsel yang memiliki tampilan keseluruhan yang baik dari bentuk kasat mata dan juga kebolehan apa yang ada di dalamnya. Maka, bila dilihat dari prosentase di atas, yang paling mempengaruhi kenyamanan penggunaan sebuah ponsel adalah karena fitur & program dan tampilan layar, karena sebetulnya tampilan layar sangat terkait dengan fitur & program yang dibenamkan dalam suatu ponsel. Ponsel yang memiliki fitur & program yang canggih tentunya membutuhkan dukungan layar yang sesuai.

3. INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

3.1 Pertumbuhan Industri Kreatif

Industri kreatif tidak terbatas pada satu jenis produk tertentu, melainkan sangat luas dan beragam. Karya desain, film, musik, peranti lunak, media elektronik, penerbitan, periklanan, arsitektur, seni dan budaya, serta berbagai bentuk multimedia. Industri kreatif di Indonesia tumbuh 15 % setiap tahunnya. Sepanjang tahun 2006, industri kreatif telah menyumbang 33,5 % dari produk domestik bruto. Angka ini setara dengan US\$ 77 miliar atau Rp. 693 triliun dengan kurs Rp. 9.000. Sebagai contoh, kota Bandung dikenal memiliki warga yang memiliki segudang kreativitas mulai dari busana dengan aneka rancangan unik hingga kreasi makanan yang membuat kota ini menjadi obyek wisata belanja bagi para turis. Potensi industri kreatif di kota Bandung paling besar dibandingkan kota lainnya. Salah satu contoh yaitu distro. Kelompok usaha kecil namun dapat menghasilkan omzet ratusan miliar rupiah pertahun. Sudah selayaknya dukungan dari pihak pemerintah diberikan untuk meningkatkan potensi-potensi lain yang terpendam dan juga bagi kota-kota lain di Indonesia yang memiliki keragaman dan kekayaan budaya.

3.2 Kebijakan Industri Kreatif dari Pemerintah – Industri Telematika

Dirjen IKM Departemen Perindustrian RI, Sakri Widhiyanto (2007) mengatakan, pemerintah sepakat akan mengembangkan industri kreatif sebagai sumber ekonomi baru berbasis kekayaan dan warisan budaya Indonesia. Top-down policy yang diutamakan adalah kebijakan-kebijakan pengembangan dibidang: Industri Manufaktur, Industri Agro, Industri Alat Transportasi, Industri Telematika, dan

Industri Kecil Menengah. Bila melihat fenomena perkembangan industri ponsel lokal di negeri ini, maka dengan adanya kebijakan pengembangan Industri Telematika, maka potensi untuk mengembangkan riset di bidang industri ponsel lokal tentunya akan lebih menjanjikan dan diharapkan dapat meningkatkan daya saing bangsa di era global saat ini.

3.3 Keberadaan Industri Ponsel Lokal

- **Ponsel Lokal vs Ponsel Global**

Tak kenal maka tak sayang. Penampilan kasat mata mau tak mau dilihat pertama kali dan kemasan itulah yang akan membekas memberikan kesan pertama di benak konsumen. Kelemahan ponsel local tentunya terjadi karena masalah kualitas, di samping pula masalah brand dan promosi yang belum bias membuat positioning yang baik di benak calon konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 19% masyarakat yang masih melihat merk dalam membeli ponsel. Angka ini mungkin terlihat kecil, namun bila kita melihat di pasaran, merk-merk global yang sudah cukup lama bermain di produk komunikasi selular seperti Nokia, Sony Ericsson, Samsung, Motorola, LG, dan BenQ Siemens. 81% responden lain yang tidak mengutamakan merk bisa saja tetap memilih salah satu dari 6 merk besar tersebut karena varian produk yang dihasilkannya sangat beragam dan menjangkau berbagai level ekonomi. Ketika merk lokal muncul, cukup sulit berjuang mulai dari memperkenalkan, mempertahankan kualitas produknya sampai menjalin keberlangsungan silaturahmi dengan konsumennya.

- **Peluang Industri Ponsel Lokal**

Terkait dengan kebijakan pemerintah mengenai industri kreatif, kini sedang marak ditingkatkan berbagai wawasan pengetahuan seputar industri kreatif pada masyarakat Indonesia yang secara sumber daya sangat menjanjikan, maka seyogyanya industri ponsel lokal dapat memiliki peluang yang baik untuk meningkatkan kualitas produknya. Tentunya untuk mencapai kondisi ini diperlukan kerjasama yang baik antara masyarakat industri, pemerintah dan juga instansi-instansi pendidikan yang harus menghasilkan lulusan yang kompeten dalam berkarya dan menghasilkan produk industri yang baik, berkualitas dan memiliki daya saing.

4. ESTETIKA DAN PERAN DKV

4.1 Estetika dan Fungsinya dalam Ilmu DKV

Estetika adalah bagian dari Filsafat Seni. Secara sederhana dapat didefinisikan sebagai ilmu yang membahas keindahan, bagaimana ia bisa terbentuk, dan bagaimana seseorang bias merasakannya. Estetika juga adalah sebuah filosofi yang mempelajari nilai-nilai sensoris yang kadang dianggap sebagai penilaian terhadap emosi dan rasa.

Kata 'Estetika' dikenalkan pertama kali oleh Baumgarten pada tahun 1753. Hingga kini estetika atau filsafat seni telah membentuk akumulasi pengetahuan filosofis yang luas dan beragam. Ruang lingkup bahasan estetika filosofis mencakup berbagai segi seperti definisi seni, fungsi seni, dasar landasan keunggulan artistik, proses kreasi, apresiasi, dan prinsip-prinsip penilaian estetik. Plato dikenal sebagai tokoh filosof Idealisme, merumuskan estetika berdasarkan dari proporsi, keharmonisan, dan kesatuan. Hakekat kenyataan itu adalah idea (bentuk). Aristoteles menilai keindahan dari aturan-aturan, kesimetrisan, dan keberadaan.

Kuesioner yang diberikan kepada responden memiliki salah satu tujuan untuk mendapatkan apresiasi dari masyarakat, terkait juga dengan analisis estetik. Pada umumnya, estetika bersifat universal. Sebagai contoh, sebuah karya seni atau karya desain yang hebat segera tersebar luas dan disukai oleh masyarakat tanpa harus saling berdiskusi terlebih dahulu, karena masyarakat langsung bisa merasakan keindahan yang terdapat pada karya tersebut. Sama halnya dengan sebuah ponsel. Ponsel yang betul-betul hebat adalah ponsel yang dapat secara luas merebut hati konsumennya sehingga mereka beramai-ramai ingin memilikinya. Sebagai contoh, ponsel merk Apple i-phone yang diburu oleh masyarakat di Amerika dan diidamkan pula oleh masyarakat di berbagai belahan bumi yang lain. Desain Komunikasi Visual adalah bidang ilmu yang juga mempelajari estetika di dalamnya.

Bagaimana estetika tersebut dapat turut menciptakan keberhasilan sebuah komunikasi dipelajari dalam teori-teori perancangan komunikasi visual termasuk bagaimana aplikasinya dalam berbagai media komunikasi visual.

4.2 Prinsip Perancangan Desain Komunikasi Visual (DKV)

Komunikasi Visual dalam kaitannya dengan berbagai artikel human factors/ergonomic telah diurai pula dalam kategori Information Presentation and Communication, di mana Visual Communication terdiri dari beberapa bagian seperti : Design of alphanumeric characters, Design of graphics, Coding of information, Information layout and format, Labelling and headings, Windowing, scrolling and paging. Berikut ini berbagai teori DKV yang dapat dijadikan dasar bagi perancangan tampilan layar:

- Elemen dan Prinsip Dasar Desain Grafis
Sementara itu, Resnick (2003) menyebutkan beberapa elemen dasar dan prinsip dasar desain grafis sebagai alat komunikasi yaitu:
 - a. Elemen-elemen dasar desain:
Garis, bentuk, tekstur, space (ruang), ukuran, dan value (nilai ketajaman nuansa cahaya atau warna pada suatu area atau obyek).
 - b. Prinsip-prinsip dasar desain:
 1. Balance (keseimbangan) : bila elemen-elemen tersebut terdistribusikan ke seluruh desain
 2. Emphasis (tekanan) : diberikan untuk hal yang terpenting berdasarkan konteks pesan
 3. Rhythm (irama) : pola yang diciptakan dengan memberikan perulangan pada elemen-elemen.
 4. Unity (kesatuan) : prinsip gestalt, sense of completeness, hubungan yang saling terkait antara satu dengan yang lain.
 5. Contrast (kontras) : agar pandangan langsung teralih pada obyek yang diharapkan untuk segera dilihat.
 6. Figure/ground : dapat dibedakan antara obyek dengan latar belakang.
- Design Literacy
Perancangan desain grafis pada dasarnya memiliki berbagai fungsi tergantung konteksnya. Beberapa fungsi desain grafis sebagai alat komunikasi visual yaitu sebagai penghantar komunikasi dalam teori Design Literacy (Heller & Pomeroy, 1997) adalah:
 1. Persuasi : terkait dengan komunikasi yang mengharapkan tindak lanjut. Biasanya digunakan dalam merancang komunikasi periklanan, baik komersial maupun layanan masyarakat.
 2. Bahasa : bagaimana bahasa disampaikan, terkait dengan 'how to say' sesuai dengan target audiens yang dituju.
 3. Identitas : terkait dengan rancangan grafis yang dapat memberikan identitas suatu produk, melalui logotype/logogram, teks, gambar/ilustrasi, dan warna.
 4. Informasi : bagaimana desain visual yang dibuat dapat menyampaikan informasi yang efektif.
 5. Ikonografi : bagaimana sebuah ikon yang dibuat dapat dipersepsi sama oleh semua user. Ikon harus sederhana bentuknya dan mudah dipersepsi.
 6. Style : terkait dengan masa dimana sentuhan estetika berlaku pada zamannya dan sesuai dengan kondisi target yang dituju.
 7. Komersial : terkait dengan fungsi perdagangan. Setiap perusahaan niaga pasti membutuhkan fungsi DKV untuk kegiatan komunikasi terhadap para pelanggannya

Dalam kaitannya dengan perancangan tampilan layar ponsel, yang paling perlu dipahami dalam design literacy adalah unsur Informasi, Ikonografi dan Bahasa.

- **Visual Literacy**
Alessia Zanin (2004) : Visual Literacy is the ability to understand and evaluate visual messages, and effectively use images to communicate with others. Melek visual menggambarkan suatu kemampuan interpretasi yang efektif dan kemampuan memproduksi image visual, termasuk : menggunakan image untuk berkomunikasi, menterjemahkan hasil berpikir dan kreativitas menjadi

sebuah presentasi yang efektif, menggunakan berbagai variasi dari media termasuk video, dan mengapresiasi nilai-nilai estetika.

- **Digital** Alessia Zanin (2004) : Information Literacy is the ability to understand, locate, evaluate , and effectively use information. Melek digital menggambarkan akan kemampuan menyampaikan informasi secara efektif, termasuk : mengidentifikasi, menempatkan posisi, dan bagaimana mengatur kembali informasi yang relevan, melihat secara tajam dan mampu mengevaluasi, menilai sumber informasi dan pendapat, apakah dapat dipercaya and akurat, dan berada pada sebuah konteks **Literacy / Information Literacy** yang tepat & berhubungan.

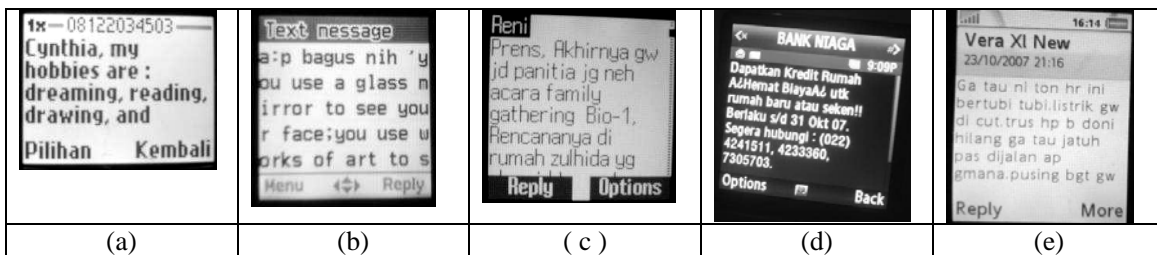
Seorang perancang grafis yang melibatkan unsur komunikasi perlu “melek” rupa, yaitu memahami masalah literacy dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Selain melek desain (design literacy) perancangan tampilan grafis pada suatu media pun perlu melek visual (visual literacy) dan melek digital (digital literacy). Ketiga jenis kemampuan “melek” ini bila dipahami secara baik dan benar serta ditunjang dengan wawasan estetika, maka akan menghasilkan rancangan yang tidak saja komunikatif, tetapi sekaligus kreatif, inovatif dan estetis. Bila dikaitkan dengan tampilan layar ponsel, maka berbagai persyaratan di atas penting untuk dipenuhi dalam kegiatan perancangan, termasuk perancangan interface layar.

4.3 Apresiasi terhadap Tampilan Layar Ponsel (studi kasus)

Berdasarkan hasil kuesioner, wawancara, pengalaman empiris dan wawasan teoritis seputar user interface dan prinsip-prinsip perancangan komunikasi visual, maka diambil sebuah studi kasus dengan mengambil sampel 5 (lima) buah ponsel dengan berbagai jenis dan ukuran layar yang berbeda. Sebetulnya analisis mengenai user interface layar ponsel cukup banyak, meliputi interaksi mulai dari menu utama, proses, eksekusi dan laporan yang dibuat oleh ponsel sesuai dengan perintah yang diberikan. Pembahasan grafis yang bersifat animasi pun cukup banyak dapat ditelaah melalui studi kasus kelima ponsel ini. Namun untuk prioritas pembahasan lebih mendalam difokuskan pada kegiatan pengguna yang pasti dilakukan ketika berinteraksi dengan ponsel adalah sebagai salah satu fungsi komunikasi yaitu menulis, menerima, atau membaca pesan singkat atau sms (short message service).

Berikut ini spesifikasi layar pada setiap ponsel di bawah ini :

- Ponsel (a) : Nokia 6016i, 4096 warna, 46x46 pixel.
- Ponsel (b) : Samsung SCH X969, STN 65K warna, 96x65 pixel.
- Ponsel (c) : BenQ-Siemens AL21, STN 65K warna, 96x65 pixel.
- Ponsel (d) : Samsung SGH E590, TFT 260K warna, 320x240 pixel.
- Ponsel (e) : Sony Ericsson K610i, TFD 256 K warna, 176x220 pixel, 1.8”



Gambar 2. Berbagai tampilan sms message

Pada Gambar 2, terlihat berbagai tampilan dari pengiriman sms yang terakomodasi oleh berbagai jenis layar ponsel. Untuk tampilan sms, sangat perlu diperhatikan mengenai text user interface, meliputi pemilihan jenis font (huruf), keluarga huruf, karakter huruf, jarak antar huruf, jarak antar spasi yang semuanya terkait dengan istilah legibility yaitu sifat mudah dibaca.

Ponsel (a) memiliki spesifikasi layar yang paling sederhana, oleh karenanya hanya dapat memuat 4 baris tulisan sehingga pengguna harus lebih rajin menggunakan tombol navigasi untuk membaca

lanjutan teks. Jenis huruf dan karakter yang dipilih cukup baik dengan karakter huruf dipilih tipe sans serif bold, sehingga tampilannya lebih dapat jelas terbaca walaupun ukuran layarnya kecil.

Ponsel (b) memiliki jarak antar baris yang cukup baik, namun sangat kurang dalam hal legibility (keterbacaan) dapat dilihat pada pemotongan kata yang tidak lazim bahkan tidak mengikuti ketentuan ejaan. Hal ini membuat kesulitan dalam membaca sms secara cepat.

Ponsel (c) memiliki jenis huruf yang ringan memberikan dampak tampilan yang lebih jelas secara keseluruhan. Namun jarak antar barisnya terlalu rapat dan kesulitan membaca teks dengan karakter ringan tersebut pada kondisi outdoor yang penuh cahaya.

Ponsel (d) memiliki jenis huruf dan karakter yang terkesan sangat modern. Ukuran huruf tidak harus besar namun dengan pengaturan jarak antar baris dan huruf yang baik menghasilkan legibility yang tepat dan sangat nyaman untuk dibaca. Layar display pun memiliki fasilitas warna background yang gelap sehingga disamping mengirit konsumsi baterai, juga dapat mengantisipasi kelelahan pada mata akibat terlalu banyak cahaya putih yang disorotkan.

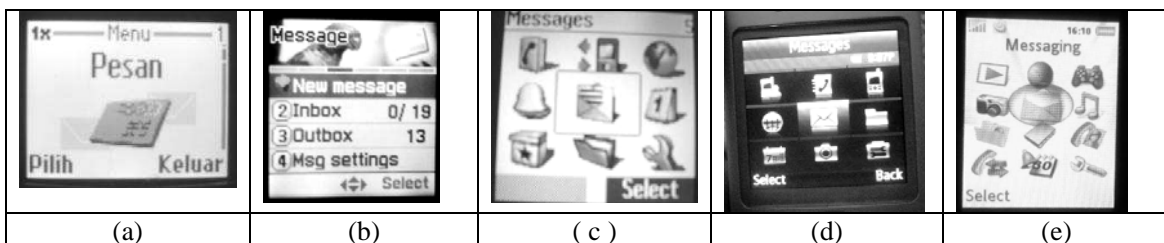
Ponsel (e) memiliki jenis huruf yang berkarakter light namun juga terkesan modern. Tampilannya didukung oleh besarnya ukuran layar sehingga memberikan kemudahan membaca tanpa harus sering menggulung layar melalui tombol navigasi. Pada ponsel jenis ini, dapat pula ditampilkan background dengan ilustrasi yang lembut sehingga tulisan tetap dapat jelas terbaca walaupun memiliki karakter yang ringan. Secara keseluruhan, setelah melihat dan merasakan tampilan layar kelima ponsel tersebut, tampilan pesan pada layar yang paling baik dilihat dari fungsi guna dan fungsi estetis ada pada ponsel (d) dan ponsel (e) karena dengan dukungan ketajaman dan kedalaman warna layar serta ukuran layar memberikan fungsi guna yang optimal pada kedua ponsel tersebut. Fungsi estetis yang dihasilkan adalah karena pemilihan jenis huruf yang tepat sesuai dengan style, kepekaan pengaturan jarak antar huruf dan jarak antar baris pun membuat tampilannya menjadi lebih indah dan nyaman dibaca.

Pada Gambar 3, kelima ponsel tersebut bersanding kembali untuk dilihat dan dirasakan pada tampilan menu yang dipilih. Pada gambar ini menu yang dipilih adalah menu pesan (message).

Ponsel (a) hanya memunculkan satu menu dalam satu tampilan layar. Hal ini disebabkan karena ukuran layar yang kecil tidak memungkinkan ponsel ini menampilkan ikon lebih dari satu, dikhawatirkan akan sulit dibaca.

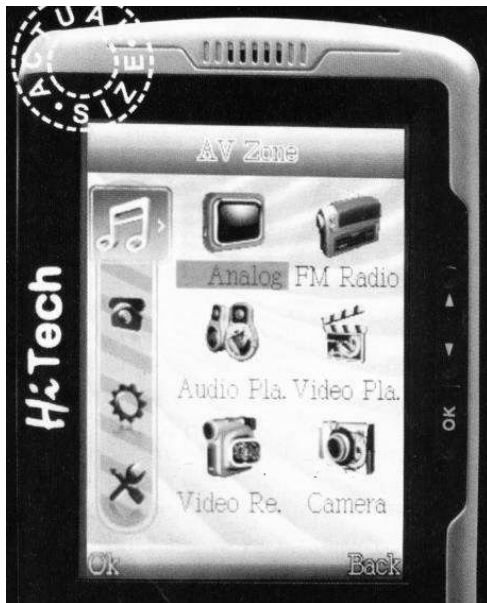
Ponsel (b) juga hanya memunculkan satu menu dalam satu layar namun masih memberikan ruang untuk menambahkan isi dari menu dan tambahan gambar yang mewakili isi menu.

Ponsel (c) sudah memiliki kemampuan untuk menampilkan seluruh ikon yang ada untuk mewakili seluruh menu yang ada pada ponsel, dan menambahkan unsur animasi sederhana ketika ikon tersebut dipilih. Kelemahannya hanya karena kerapatan pixelnya rendah sehingga ikon yang terlihat jadi kurang enak dipandang. Warnanya pun terlalu sedikit sehingga terlalu kontras menusuk mata.



Gambar 3. Berbagai tampilan menu message

Ponsel (d) dan (e) memiliki rancangan ikon yang lebih baik dibandingkan ketiga ponsel sebelumnya. Perbedaannya hanya pada style rancangan yang lebih simpel namun elegan pada ponsel (d) dan ikon yang sangat detail 3 dimensi pada ponsel (e). Ukuran layar yang lebih besar pun memberikan peluang bagi ponsel (e) untuk menempatkan ikon yang lebih banyak sesuai dengan keberadaan fitur dan program yang lebih tinggi spesifikasinya.



Gambar 4. Ponsel lokal Hi-Tech H38

Pada Gambar 4, adalah tampilan layar dari salah satu ponsel lokal yang dirancang oleh putra bangsa. Jenis huruf yang dipilih untuk keterangan ikon adalah jenis serif (huruf yang berkait seperti keluarga huruf Roman). Pemilihan jenis serif ini adalah yang pertama kali dilihat pada sebuah ponsel.

Sebelumnya, hampir seluruh ponsel menggunakan jenis sans serif (jenis tidak berkait) untuk tampilan huruf. Pemilihan huruf sans serif digunakan untuk memberikan legibility yang lebih baik, terlebih lagi bila layar ponsel memiliki ukuran kecil. Selain itu, huruf sans serif lebih memungkinkan untuk ditampilkan dengan ukuran lebih kecil sehingga semua tulisan dapat dibaca. Pada ponsel Hi-tech ini, terlihat beberapa keterangan menu harus disingkat karena tidak cukup ruang. Seharusnya ponsel ini memilih jenis huruf sans serif tanpa harus takut menjadi pasaran karena tersedia sekian juta jenis font sans serif bahkan dapat dirancang sendiri untuk memberikan identitas baru.

Bila kembali membandingkan tampilan ikon pada ponsel (d) dan (e) pada gambar 3, maka tampilan ikon pada ponsel lokal pada gambar 4 ini masih jauh tertinggal, baik dari sisi informasi maupun sisi estetika. Tampilan ikon untuk menu FM Radio dan Video Rec masih terlihat hampir sama bentuknya. Ikon yang menunjukkan fungsi audio pun kurang memberikan bentuk yang mudah dan cepat untuk dipersepsi. Sangat disayangkan ponsel yang memiliki fitur cukup canggih ini (memiliki fungsi TV), tidak mengakomodir kelayakan informasi dan estetika pada tampilan layarnya yang sudah memiliki kedalaman warna TFT 262K dan besar layar 2,6". Teknologi layar dan besarnya layar ternyata tidak menjamin tampilan layar menjadi lebih bagus karena rancangan ikon, pemilihan jenis huruf dan pemilihan warna yang kurang baik menjadikan tampilan layar ponsel ini menjadi seperti ponsel murahan. Teknologi layar, kedalaman warna dan besarnya ukuran layar menjadi mubazir karena tampilan ikon, warna dan font yang mentah, kurang dirancang dan diperhatikan dengan baik.

5. KESIMPULAN

Persepsi diciptakan melalui aktivitas sensorik yang menghasilkan sensasi, dimulai dengan melihat "kemasan" atau tampilan luar dari suatu produk. Kesan pertama itulah yang akan membekas di benak konsumen. Layar ponsel memiliki fungsi guna sebagai penghantar informasi dan kegiatan komunikasi sesuai dengan perintah pengguna sehingga dapat diklaim sebuah ponsel tersebut memiliki julukan "user friendly". Fungsi estetika pada layar ponsel adalah untuk memberikan kenyamanan dan bahkan kesenangan saat menggunakan ponsel. Kedua fungsi ini sangat penting tersedia pada sebuah ponsel. Penampilan layar secara keseluruhan secara teknis dipengaruhi oleh jenis teknologi layar, kerapatan (pixel), jumlah warna dan ukuran layar. Penampilan secara visual dipengaruhi oleh perancangan bentuk ikon dan huruf serta prinsip tata letak layout dan legibility (sifat mudah dibaca). Apabila rancangan layar ponsel hanya mengikuti salah satu fungsi saja, maka kepincangan tampilan layar akan terjadi seperti yang telah dianalisis pada studi kasus beberapa ponsel global dan satu buah ponsel lokal. Permasalahan ini akhirnya sangat terkait dengan kreativitas dan pentingnya melakukan riset dengan berbagai disiplin ilmu, bukan hanya sekedar bisa menggunakan atau menguasai teknologi semata. Bila terjadi kolaborasi yang baik antar disiplin ilmu terkait dengan permasalahan layar ponsel (khususnya ponsel lokal) maka dapat dipastikan hal ini akan mengantarkan bangsa ini pada gerbang kemampuan daya saing dalam era industri kreatif yang sedang marak berkembang di berbagai negara saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bannister, Preston.L., (2005). "Designing a Better Cell Phone User Interface", <http://bannister.us/weblog/2005/03/26/designing-a-better-cell-phone-user-interface>.
- [2] Heller, Steven & Pomeroy, Karen., (1997). "Design Literacy," Understanding Graphic Design, Allworth Press, New York.
- [3] Resnick, Elizabeth., (2003). "Design for Communication", Conceptual Graphic Design Basics, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- [4] Widhianto, Sakri., (2007). "Peran Departemen Perindustrian dalam Mendukung Pengembangan Desain Nasional", Forum Desainer Indonesia 2007 – Design or Die!.
- [5] Wikipedia., (2007). "User Interface", http://en.wikipedia.org/wiki/Human-Machine_Interface.